

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Клочков Юрий Сергеевич
Должность: и.о. ректора
Дата подписания: 26.04.2024 12:24:56
Уникальный программный ключ:
4e7c4ea90528ec8e65c5d8058549a2558d7400d1

Аннотация рабочей программы производственной практики
профессионально-творческая

основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки
42.03.01. Реклама и связи с общественностью

Направленность Диджитал маркетинг

1. Цели прохождения производственной практики

закрепление, расширение и углубление освоенных знаний и умений в условиях реальной производственной деятельности, а также формирование и закрепление навыков практической деятельности в выбранной профессиональной области, формирование новых умений и навыков в ходе выполнения конкретных функциональных обязанностей сотрудников различных подразделений организации (учреждения), приобретение и закрепление обучающимися начальных навыков и элементов практической профессиональной деятельности.

2. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Производственная практика (профессионально-творческая практика) входит в состав обязательной части Блока 2 учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

3. Результаты обучения по производственной практике: формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции ИДК	Код и наименование результата обучения по практике
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	3.1.Знает продукт профессиональной деятельности
		У.1. Умеет осуществлять подготовку текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1 Знает систему общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития	3.2. Знает тенденции развития общественных и государственных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
		У.2. Умеет учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов.
		В.1.Соблюдает принцип объективности в создаваемых текстах и (или) продуктах
		3.3. Знает достижения отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Применяет средства художественной выразительности в создаваемых текстах и (или) продуктах	У.3. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса
		В.2. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов

		общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов.
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.1 Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов и (или) продуктов	3.4. Знает основные этапы культурно-исторического развития обществ, механизмов и форм социальных изменений
		У.4. Умеет идентифицировать потребности и интересы социальных групп с помощью социологических методов; соотносить социологические методы исследования социальных проблем с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп
		В.3. Владеет методами социологического исследования для поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий и решения социальных проблем
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1 Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	3.5. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
		У.5. Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Использует основы информационных технологий	3.6. Знает основы информационных технологий
		У.6. Умеет использовать информационные технологии для развития профессиональных компетенций
		В.4. Владеет навыками оценки последствий реализации программ, направленных на снижение уровня конфликтности в социальных сообществах
	ОПК-6.2. Применяет принципы их использования для решения профессиональных задач.	3.7. Знает принципы работы с различными программными средствами меть использовать программные средства для решения профессиональных задач
		В.5. Владеет навыками выбора программного обеспечения для решения конкретных задач профессиональной деятельности
	ОПК-6.3. Использует полученные результаты исследований в решении задач профессиональной деятельности.	3.8. Знает принципы использования полученных результатов исследований для решения профессиональных задач У.7. Умеет проводить теоретические

		и эмпирические исследования на основе информационных технологий
		В.6. Владеет навыками использования информационных технологий в профессиональной и научной деятельности
ОПК-7. Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1. Осуществляет поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами	3.9. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности
		У.8. Умеет осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом
		В.7. Владеет методами отбора информации, профессиональных средств и приемов рекламы и связей с общественностью в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятым профессиональным сообществом

1. Цели прохождения производственной практики

формирование и дальнейшее развитие (усложнение) навыков практической деятельности в выбранной профессиональной области, предполагающее применение методик и технологий связей с общественностью, способствующих успешной диверсификации организации; развитие практических навыков сбора, систематизации, анализа и представления информации и ведения самостоятельной исследовательской работы в сфере рекламной деятельности и связей с общественностью

2. Место производственной практики в структуре основной профессиональной образовательной программы

Производственная (профессионально-творческая) практика входит в состав части Блока 2, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

3. Результаты обучения по производственной практике: формируемые компетенции и индикаторы их достижения

Код и наименование УК	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Код и наименование результата обучения по практике
ПКС-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	ПКС-2.1 Осуществляет сбор, обработку и анализ маркетинговой информации	3.10. Знает нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
		У. 9. Систематизирует и обобщает большие объемы первичной и вторичной маркетинговой информации
		В.8. Планирует и организывает сбор первичной и вторичной маркетинговой информации
	ПКС-2.2 Применяет методы сбора, обработки и анализа маркетинговой информации для обеспечения управленческих решений в области маркетинга	У.10. Проводит маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга
		В.9. Формирует предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации
ПКС-3. Способен участвовать в реализации коммуникационных	ПКС-3.1 Применяет правовые основы в	3.11. Знает Гражданское законодательство Российской

кампаний, проектов и мероприятий	реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	Федерации
		3.12. Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность
		У.11. Выступает на публичных мероприятиях с докладами и презентациями
	ПКС-3.2 Внедряет проекты и мероприятия при реализации коммуникационных кампаний	3.13. Знает основы проектной деятельности
		3.14. Знает основные принципы организации рекламной кампании
		У.12. Подготавливает предложения подразделениям, осуществляющим разработку рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ
ПКС-4. Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	ПКС-4.1 Внедряет в профессиональной деятельности основные технологические решения	В.10. Организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции СМИ, включая благотворительные мероприятия
		3.15. Знает процесс, процедуры, этапы организации системы сбыта и товародвижения, планирование оптовых и розничных продаж
		У. 13. Использует современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии и специализированные программные продукты
		У.14.Разрабатывает концепции продвижения продукции СМИ, формирования коммуникационных целей и маркетинговых стратегий
		В. 11. Осуществляет выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации
	ПКС-4.2 Формулирует вопросы управления развитием организации	3.16. Знает маркетинговые технологии и технологии бренд-менеджмента
		У. 15.Разрабатывает концептуальные и стратегические документы в области маркетинга
		У. 16. Формирует проект бюджета на реализацию мероприятий по продвижению продукции СМИ
		В. 12. Осуществляет представление проектов управленческих решений по продвижению продукции СМИ руководству организации
	ПКС-4.3 Применяет в профессиональной деятельности основные технологические решения по продвижению продукции предприятия	3.17. Знает технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов и конкурентов
		У. 17. Интегрирует различные средства продвижения в комплекс маркетинговых коммуникаций
		В. 13. Осуществляет планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на

	ПКС-4.4 Использует в профессиональной деятельности технические средства, приемы и методы онлайн и офлайн коммуникаций	их проведение
		В.14. Разрабатывает план мероприятий по продвижению продукции СМИ
		В.15. Осуществляет согласование маркетинговой стратегии с целями, задачами и стратегиями других подразделений и организации в целом
		З.18. Знает принципы работы CMS и систем хранения файлов, информационных блоков
		У. 18. Работает с системой управления контентом (CMS)
		В. 16. Осуществляет оценку возможности внесения локальных изменений, не требующих обращения к веб-мастеру
		В.17. Осуществляет перемещение информационных ресурсов в новые разделы, удаление из существующих разделов
ПКС-5. Способен проводить маркетинговое исследование с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПКС-5.1 Применяет основные методы, способы и средства получения и переработки информации для решения профессиональных задач.	В.18. Осуществляет проверку правильности отображения внесенных изменений
		З.19.Знает основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации
		У.19. Находит и анализирует необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
	ПКС-5.2 Использует методы и инструменты маркетингового исследования	В.19. Осуществляет анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ
		З.20. Знает методы проведения маркетингового исследования
		У.20. Составляет аналитические отчеты, проводить презентацию результатов маркетингового исследования
		У.21.Создает отчеты по результатам маркетингового исследования
ПКС-6. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПКС-6.1. Использует маркетинговые технологии.	У.22. Дает рекомендации по совершенствованию инструментов комплекса маркетинга
		В. 20. Осуществляет подготовку отчетов и рекомендаций по результатам маркетинговых исследований
	ПКС-6.2. Уточняет структуру организации, зоны ответственности и функции подразделений.	З.21. Знает современные маркетинговые технологии в профессиональной деятельности
		У. 23. Умеет применять маркетинговые технологии при разработке коммуникационного продукта
		З.22. Знает полномочия и функции подразделений организации.
	ПКС-6. 3. Использует современные информационно-коммуникацион-ные технологии и специализиро-ванные	У.23. Умеет определять особенности организационной структуры
		В. 21. Владеет методами анализа сильных и слабых сторон организационной структуры
		З.23. Знает современные информационно-коммуникационные технологии используемые в маркетинговой деятельности

	программные продукты.	У. 24. Умеет применять современные информационно-коммуникационные технологии при разработке и реализации коммуникационного продукта
		В. 22. Владеет специализированными программными продуктами в профессиональной деятельности
	ПКС-6.4. Проводит мониторинг появления новой или необходимой информации внутри организации, в сети Интернет и других источниках.	У.25. Умеет проводить мониторинг необходимой информации из всех источников в целях профессиональной деятельности.
		В.23. Владеет навыками организации мониторинга маркетинговой информации
	ПКС-6.5. Обобщает статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ.	З.24. Знает аналитику данных У. 26. Умеет обобщать статистическую и аналитическую информацию, характеризующую ситуацию на рынке продукции СМИ при реализации коммуникационного продукта

4. Общая трудоемкость профессионально-творческой практики

составляет 9 зачетных единиц, 324 часа, 6 недель (обязательная часть)

составляет 6 зачетных единиц, 216 часов, 4 недели (формируемая участниками образовательных отношений).

5. Форма промежуточной аттестации.

очная форма обучения: 2,4 семестр – зачет с оценкой (обязательная часть).

заочная форма обучения: 4,6 семестр – зачет с оценкой (обязательная часть).

очная форма обучения: 6 семестр – зачет с оценкой (формируемая участниками образовательных отношений).

заочная форма обучения: 8 семестр – зачет с оценкой (формируемая участниками образовательных отношений).

Заведующий кафедрой



М.Л. Белоножко

Лист согласования

Внутренний документ "Производственная практика
(профессионально-творческая)_2022_42.03.01_ДМБ"

Документ подготовил: Бибик Лариса Николаевна

Документ подписал: Харитоновна Татьяна Александровна

Серийный номер ЭП	Должность	ФИО	ИО	Результат
	Специалист 2 категории		Зорина Мария Ивановна	Согласовано
	Директор	Каюкова Дарья Хрисановна		Согласовано
	Директор института	Воронин Александр Владимирович	Харитоновна Татьяна Александровна	Согласовано
	Заведующий кафедрой, имеющий ученую степень доктора наук	Белоножко Марина Львовна		Согласовано